ONTARIO

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

FACTSHEET

ISSN 1198-712X ©Queen's Printer for Ontario

Agdex#: 057 Publication Date: 02/93

Order#: 93-019 Last Reviewed: 11/97

Title: Managing Issues: A Guide for Leaders of Rural Organizations

Division: Agriculture and Rural
History: February 1993
Written by: Lera Ryan, Chuck Bokor, Cheri Vasey

Table of Contents

- Introduction
- Step 1: Identifying The Issue
- Step 2: Ranking The Issues
- Step 3: Analyzing The Situation
- Step 4: Identifying Specific Needs
- Step 5: Which Action Is Best?
- Summary
- References

Introduction

Is your organization facing so many issues, that it doesn't know how to tackle them all? Has your organization been asked by its members to deal with an issue and isn't sure where to start? Should it get involved at all?

If your organization faces these types of situations and questions, then this Factsheet may be useful. It explains five key steps that your organization should follow to effectively sort out, address and resolve issues:

1. **identifying** the issue
2. **ranking** their importance
3. **analyzing** the situation and the positions of stakeholders
4. **identifying** specific needs and possible outcomes
5. **deciding** the most appropriate action

NOTE: These steps may be adapted to better address "internal" administration issues like funding. However, the examples used refer to "external" industry or community issues which relate to an organization's mandate.

| Top of Page |

Step 1: Identifying The Issue

Some Definitions

101-07310/

Issue: ... a matter of concern to a large number of people within an organization or community.

Potential issue: might develop if the conditions allow.

Emerging issue: beginning to receive publicity or awareness

Current issue: the problem is here, now!

For example, the management of municipal waste:
1960's - Potential issue: Some people began to wonder about the increasing amount of garbage being produced.
1970's - Emerging issue: landfill sites filling to capacity; environmental activists ring the alarm bell.
1990's - it's current!

Other examples of current issues facing the agricultural industry:

- animal welfare
- pesticides in the environment
- global competitiveness
- land use
- low producer returns

Your local organization may face challenges like these:

- rural child care
- the proposed landfill site
- the downtown retail food outlet going out of business
- a rise in rural municipal taxes

An issue may be far-ranging or local, economic, social, or environmental in nature.

How Do Issues Come Before Us?
An organization either reacts to a situation, or it TAKES THE INITIATIVE in searching out issues that should be addressed.

Putting Out Bush Fires: Reacting!
Often an emerging or potential issue will be brought to the executive by a concerned member, who will describe it and then demand action.
A second way that an issue comes before you is through a request from another organization which thinks that your group should get involved. The media is yet another source that will inform you of a crisis situation.

Taking the Initiative
When your group is ready to do more than "crisis" management, it should compile a complete list of current and emerging issues. For example:

1. Ask a variety of group members to list the issues they think are most important to the organization.
2. Attend public meetings to listen for community concerns which fall within your organization's mandate.
3. Another Method
   Develop a questionnaire to gather opinions of not only members of your organization, but also nonmembers. These surveys may be conducted in many different ways - some methods are simpler than others.
   - A personal interview is most effective.
   - A written questionnaire must be designed and worded with a lot of thought so that the information gathered is exactly what is needed.
   - Telephone surveys can cover a large area in a short amount of time but also require precise questions to get the information you need.

The resulting list may be used by the organization to do its long-term planning - where it wants to go and how it wants to get there. It is now ready to move to STEP 2.

| Top of Page |

Step 2: Ranking The Issues

Why Rank

The issue(s) that have been identified may or may not fall within your organization's mandate. Or there may be too many issues for your organization to handle all at once. Or your organization may not have the resources to address a particular issue. To be most efficient, therefore, carefully consider each issue, screening some out and ranking the others before going any further.

Screening the Issues

Ask the following questions of each issue to help you determine where it fits into the organization's priorities:

1. Is this issue currently or potentially a concern of a large number of people in our organization or community?

YES **NO** → This is not an issue for our organization. Only one or two people seem to be concerned about it.

↓

2. Would some action by us effectively and appropriately resolve this issue?

YES **NO** → This issue cannot be resolved by our organi-zation (we do not have the mandate or the finances to address it).

↓

3. Would our organization be the best group to take a lead role in addressing this issue?

YES **NO** → Refer this issue to the group who could address this issue more effectively (perhaps offer your organization's co-operation).

↓

(Identify other groups who could assist you.)

4. Do we have the necessary resources (experience, knowledge, time, people, facilities, money, etc.) to respond to this issue?

YES **NO** → Obtain the necessary knowledge or resources needed and continue, or refer this issue to an organization that is prepared.

↓

(Identify available resources.)

5. Do we have the skills to plan, implement, deliver and evaluate the action required to resolve this issue?

YES **NO** → Obtain the skills or resources required and continue.

↓

At this point, if the group is responding to a request, then it must decide if it will act (or not act). If it decides to act, proceed to STEP 3.

If it is developing a longer term plan, the number of issues that have passed these first screens may now be ranked according to their importance to the organization's future. Proceed to STEP 3 with

whichever issue becomes the #1 priority.

| Top of Page |

Step 3: Analyzing The Situation

Stakeholders in the Issue

Stakeholders: those who are directly involved with or will be affected by either the issue or any action taken on the issue.

You must identify individuals or groups with a "stake" in the issue, economic or otherwise. Talk with them, or at least put yourselves in their shoes. You must understand their perspectives and incorporate their concerns and solutions into your action plan, to gain support and cooperation. Otherwise you may earn their direct opposition.

Example

Organization ABC

Several members of organization ABC came to its last meeting. The had garden produce to sell. ABC promotes urban/rural relations and has been involved in innovative methods of getting food from the farm to the consumer. The problem is the group is not large enough to set up its own store, and can afford only a limited amount of advertising. They're asking for help from ABC, suggesting that a farmer's market would be a worthy approach.
Once it decided to act, **ABC** started by appointing a committee of two or three key people to pursue the issue of getting fresh local produce to local consumers.

One of their first objectives was to understand the perspectives of all stakeholders.

To identify the stakeholders, a typical community's perspectives were considered: social, educational, economic, environmental, health, political, cultural, etc. Key people or groups with those interests at heart were interviewed for their opinions on the matter.

Stakeholders in this issue included the town council, various farm organizations, the local craft association, market gardeners, the chamber of commerce and the tourist information centre. Each stakeholder brought a different point of view and suggestions for possible solutions to the issue.

Understanding Everybody's Concerns

Listed below are some of the questions that were considered in the ABC example. Notice the social, environmental, political and economic slants!

1. What other organizations would **support** the idea of a farmers' market?
2. Who are some of the **key people** in those other groups?
3. What are their preferred solutions?
4. Who would oppose the idea? Why?
5. Would a farmers' market be seen as **competition for existing businesses**?
6. Is there a need for an **educational campaign** to teach people good nutrition, safe handling practices, the value of fresh produce, etc.?
7. Can a farmers' market contribute to the **local economy**?
8. Would this new business **boost traffic** on weekends? What would be the implications?
9. Would the number of people shopping in town be increased as a result, providing an **increased income for some local businesses**?
10. Any **environmental impact**? How will the waste generated at this new site be disposed of?
11. Are there any local **policies or bylaws** that would interfere?

Other Information Required

In addition to the concerns and suggestions from all stakeholders in the issue, other relevant information should be gathered at this time. For example:

- **local demographics** (who lives in the area?) are important if you want to know who will buy a product, use a facility, etc.
- **global, North American, Canadian and local trends** may have an impact on the issue at hand. For the ABC example, society is increasingly concerned about a healthy lifestyle: this

trend may affect the way fresh produce may be promoted. Does international free trade impact on the availability of fresh produce in the rural community?

- **similar situations in other areas:** their approaches to the problem, and any successes or failures encountered should be studied. Why reinvent the wheel?

| Top of Page |

Step 4: Identifying Specific Needs

Need: the gap between WHAT IS and WHAT CAN BE, considering limitations such as time, money and resources.

By the end of STEP 3, you should have a clear picture of the situation: what currently exists, and what people want. The resulting gaps point to a list of needs of the community/members you are servicing.

Organization ABC

The following list of needs resulted from discussions with all stakeholders:

1. Need for promotion of the town to tourists, area residents and industry (Chamber of Commerce).
2. Need for a centre of recreational activity for youth in the municipality (Municipa Council).
3. Need to increase shopping traffic for local businesses on Fridays and Saturdays (Chamber of Commerce).
4. Need for local residents to market fresh produce during the summer months (Member of ABC).
5. Need for urban residents to learn more about the agri-food industry (local farm organizations).

| Top of Page |

Step 5: Which Action Is Best?

Actual projects or activities, (sometimes expressed as needs by the stakeholders) were likely suggested while you were analyzing the situation.

One may have requested an educational program targeted to a specific audience; another, for you to lobby for legislation or reform; yet another, for you to plan a particular community building project. Consider them all and add your group's own ideas. The action you take should incorporate as many ideas as your organization's resources and commitment will allow, for greatest stakeholder support.

Joint ventures and **easier fundraising efforts** are only two of the many benefits which may result.

Example

Organization ABC

Following a series of meetings, proposals, discussions and compromises, a number of stakeholders collaborated in a major community project.

The result was a ball diamond with an open-air pavilion suitable for summer evening 'teen dances' and space for up to 40 local producers to sell their fresh produce on weekends. Pride in the accomplishment continues to flourish throughout the community. New projects are now being planned for the coming months.

| Top of Page |

Summary

Your organization or community group can respond effectively to issues that face it by following a step by step process of:

1. identifying the issues

2. selecting a priority issue
3. analyzing the priority issue
4. identifying the most important needs
5. taking the action with the greatest impact

Focus on issues and your group will be able to better define its **purpose, plan its programs** and gain both **credibility and profile** in your community.

| Top of Page |

References

Program Planning for Organizations. OMAFRA Factsheet.

This Factsheet was authored by: Cheri Vasey, Rural Community Advisor, Lera Ryan, Rural Business Consultant and Chuck Bokor, Rural Leadership Consultant.

| Top of Page |

| Rural Affairs Home Page |

| Central Site | Feedback | Search | Site Map | Français |
| Home | What's New | Calendar | Products | News Releases|

Ontario

This site maintained by the Government of Ontario, Canada

This information is provided as a public service, but we cannot guarantee that the information is current or accurate. Readers should verify the information before acting on it.

Feedback and technical inquiries to: rural@omafra.gov.on.ca
© Copyright 2001 Queen's Printer for Ontario
Last Updated: June 12, 2001

ONTARIO

ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales

FICHE TECHNIQUE

ISSN 1198-7138 Cimprimeur de la Reine pour l'Ontario

Agdex: 057 Date de publication: 02/93

Commande no. 93-020 Dernière révision:

Titre: Comment aborder les problèmes guides à l'intention des responsables d'organisations rurales

Division: Agriculture et Affaires rurales
Situation: Traduction de la fiche no 93-019, «A Guide for leaders of rural organizations»
Rédacteur: Cheri Vasey, Lera Ryan, Chuck Bokor

Table des matières

1. Introduction
2. Étape 1: Définir les questions ou les problèmes;
3. Étape 2: Classer les questions par ordre de priorité
4. Étape 3: Analyser la situation
5. Étape 4: Déterminer les besoins particuliers
6. Étape 5: Choisir l'action à entreprendre
7. Résumé

Introduction

Votre organisation éprouve-t-elle des difficultés à traiter tous les problèmes qui lui sont confiés? Les membres de votre organisation vous ont-ils demandé d'étudier une question que vous ne savez pas comment aborder? Au fait, l'organisation devrait-elle même s'intéresser à ce problème?

Si votre organisation peut répondre oui à ces questions ou à d'autres semblables, la présente fiche technique pourrait se révéler utile. Elle présente les cinq grandes étapes permettant à votre organisation de s'occuper des problèmes qui lui sont adressés, de leur donner suite et de leur trouver une solution efficace. Ces étapes sont les suivantes :

1. **Définir** les questions ou les problèmes;
2. Les **classer** selon leur importance;
3. **Analyser** la situation et le point de vue des intervenants;
4. **Préciser** les besoins particuliers et les dénouements possibles;
5. **Décider** de l'action la plus opportune à prendre.

REMARQUE : Il est possible d'adapter cette approche pour aborder plus efficacement les questions d'administration « interne », tel que le financement. Toutefois, les exemples donnés ici concernent les questions « externes », soit celles touchant l'industrie ou la collectivité et ayant un rapport avec le mandat de l'organisation.

| Haut de la page |

1RE Étape: définir les questions ou les problèmes

a) Quelques définitions

Problème ou **question** : Un sujet de préoccupation pour un grand nombre de personnes membres d'une organisation ou d'une collectivité.

Problème **en puissance** : Un problème qui peut se manifester si les conditions le permettent.

Problème **naissant** : Une question qui commence à faire l'objet d'une publicité ou d'une prise de conscience.

Problème **d'actualité** : Le problème est là!

La gestion des ordures ménagères offre l'exemple suivant :

Années 1960 Un problème en puissance : Quelques personnes s'interrogent sur le volume croissant des ordures.

Années 1970 Un problème naissant : Les lieux d'enfouissement se remplissent à capacité; les défenseurs de l'environnement sonnent l'alarme.

Années 1990 Le problème est là!

- Voici d'autres exemples de questions d'actualité qui se présentent dans l'industrie agricole :
- Le bien-être des animaux;
- Les pesticides et l'environnement;
- La compétitivité à l'échelle mondiale;
- L'utilisation des terres;

La faible rentabilité chez les producteurs.

- Voici des exemples de problèmes auxquels votre organisation pourrait avoir à faire face :
- Des services de garde inadéquats en milieu rural;
- L'endroit prévu pour un lieu d'enfouissement;
- La fermeture du magasin d'alimentation du centre-ville;
- L'augmentation des impôts fonciers en milieu rural.

Une question peut avoir une grande portée aussi bien que des répercussions locales; elle peut être de nature économique, sociale ou environnementale.

b) Comment sommes-nous saisis des problèmes?

Une organisation peut soit **réagir** à une situation, soit **PRENDRE L'INITIATIVE** et tenter d'identifier les problèmes qui demandent son attention.

Jouer les pompiers, c'est réagir!

Il arrive souvent que l'exécutif soit saisi d'un problème en puissance ou naissant par un membre intéressé qui décrit la question et demande qu'on y donne suite.

Le problème peut aussi être porté à votre attention par l'entremise d'une demande provenant d'une autre organisation qui estime que votre groupe devrait s'y intéresser. En outre, ce peut être les médias qui vous informent d'une situation de crise.

Prendre l'initiative

Lorsque votre groupe est décidé à faire mieux que de la gestion des crises, il devrait préparer une liste complète des problèmes naissants et des questions d'actualité. Cela peut se faire de trois façons.

1. En demandant à différents membres du groupe d'énumérer les questions qu'ils jugent les plus importantes pour l'organisation;

2. En participant à des rencontres publiques afin de cerner les préoccupations de la collectivité qui relèvent de la compétence de votre organisation;

3. **En procédant de la façon suivante :**

Mettre au point un questionnaire afin de recueillir l'opinion non seulement de vos membres mais aussi des non-membres. Ces sondages peuvent être menés de diverses façons; certaines méthodes sont

plus simples que d'autres.

1. L'entrevue personnelle est la méthode la plus efficace.
2. Le questionnaire écrit doit être conçu et formulé avec beaucoup de soin de façon à ce que l'information recueillie corresponde exactement aux besoins.
3. Les sondages téléphoniques peuvent toucher à un vaste territoire en peu de temps, mais ils doivent aussi s'appuyer sur des questions précises pour être valables.

L'organisation peut avoir recours à la liste ainsi compilée pour sa planification à long terme des objectifs à poursuivre et des méthodes pour les atteindre. L'organisation peut alors procéder à la deuxième étape.

| Haut de la page |

2E ITAPE : CLASSER LES QUESTIONS PAR ORDRE DE PRIORITI

2E ÉTAPE : CLASSER LES QUESTIONS PAR ORDRE DE PRIORITÉ

a) Pourquoi classer par ordre de priorité?

Il se peut que certaines des questions qui ont été définies ne relèvent pas du mandat de votre organisation. Les questions soulevées seront peut-être trop nombreuses pour que votre organisation puisse les aborder toutes à la fois. Ou encore, il se peut que vous ne disposiez pas des ressources vous permettant de donner suite à un problème particulier. Afin d'assurer la plus grande efficacité, il vous faudra donc, avant d'aller plus loin, étudier soigneusement chaque question, pour rejeter certaines, et classer les autres par ordre de priorité.

b) L'examen sélectif des problèmes

Afin d'établir où chacun des problèmes se situe par rapport aux priorités de l'organisation, il faudra répondre aux questions suivantes :

1. Ce problème préoccupe-t-il actuellement un grand nombre de membres de notre organisation ou de la collectivité, ou est-il susceptible de les préoccuper?

OUI **NON** ⟶ Ce problème ne concerne pas notre organisation. Seulement une ou deux personnes semblent s'en préoccuper.

↓

2. Sommes-nous en mesure d'entreprendre une action qui puisse résoudre ce problème de façon efficace et opportune

OUI **NON** ⟶ Notre organisation n'est pas en mesure de résoudre ce problème (nous n'avons pas le mandat ou nous n'avons pas les ressources financières pour y donner suite).

↓

3. Notre organisation est-elle la mieux placée pour prendre les devants en ce qui concerne ce problème?

OUI **NON** ⟶ Soumettre le problème au groupe le plus susceptible de lui donner suite de façon efficace (peut-être en offrant votre collaboration).

↓

(Déterminez quels sont les autres groupes qui pourraient vous aider.)

4. Avons-nous les ressources nécessaires (expérience, connaissances, disponibilité, ressources humaines, installations, ressources financières, etc.) pour donner suite à ce problème?

OUI **NON** ⟶ S'approprier les connaissances ou les ressources nécessaires et continuer, ou adresser la question à une organisation compétente.

↓

(Déterminez les ressources disponibles.)

5. Possédons-nous les compétences pour planifier, exécuter et évaluer l'action nécessaire pour mener à terme ce dossier?

OUI **NON** ⟶ Aller chercher les compétences nécessaires et continuer.

↓

Si la démarche du groupe répond à une demande précise, c'est à ce point qu'il doit décider ou non de passer à l'action. S'il décide d'agir, il passera à la 3E ÉTAPE.

Si le groupe est en train d'élaborer un plan à long terme, les problèmes qui subsistent après ce premier examen sélectif peuvent maintenant être classés par ordre de priorité en fonction de leur importance pour l'avenir de l'organisation. Le problème en tête des priorités peut alors franchir la 3E ÉTAPE.

| Haut de la page |

3E Étape: analyser la situation

a) Intervenants

Les intervenants : ceux qui sont directement concernés par la question ou par toute action prise en rapport avec elle ou qui en subiront les conséquences.

Vous devez déterminer quels sont les personnes ou les groupes qui ont un intérêt économique ou autre dans ce dossier. Parlez-leur ou, à tout le moins, placez-vous dans leur situation. Vous devez

comprendre leur point de vue et tenir compte de leurs préoccupations et de leurs solutions dans votre plan d'action, afin de vous assurer leur appui et leur collaboration. En procédant autrement, vous pourriez vous en faire des adversaires.

Exemple

Organisation ABC

Plusieurs membres de l'organisation **ABC** se sont présentés à la dernière réunion. Ils ont des produits maraîchers à vendre. **ABC** encourage les rapports entre la ville et la campagne et a joué un rôle dans la mise en place de méthodes de distribution des aliments de la ferme au consommateur. L'ennui est que le groupe ne compte pas suffisamment de membres pour créer son propre magasin et ne peut se payer qu'un volume restreint de publicité. Il demande l'aide d'**ABC** en proposant comme solution la création d'un marché public.

Après avoir décidé d'agir, **ABC** a commencé par nommer un comité composé de deux ou trois personnes clés pour étudier la façon d'offrir les aliments frais, produits localement, aux consommateurs de la région.

Un de leurs premiers objectifs a été d'essayer de comprendre le point de vue de tous les intervenants.

Afin de déterminer qui étaient les intervenants, le groupe a tenu compte des diverses optiques qu'on trouve au sein d'une collectivité typique : sociale, éducative, économique, environnementale, sanitaire, politique, culturelle, etc. Il a sollicité l'opinion de personnes ou de groupes influents qui avaient ces intérêts à coeur.

Les intervenants dans ce dossier comprenaient notamment le conseil municipal, diverses organisations agricoles, l'association des artisans locaux, les maraîchers, la chambre de commerce et le centre d'information touristique.

Chaque intervenant a exprimé un point de vue différent et proposé des solutions à la question.

b) Comprendre les préoccupations de chacun

On trouve ci-dessous certaines des questions examinées dans le cadre de l'exemple ABC. Remarquez le point de vue social, environnemental, politique et économique.

1. Quelles autres organisations donneraient leur **appui** à l'idée d'un marché public?
2. Quelles sont certaines des **personnes influentes** dans ces autres groupes?
3. Quelles sont les **solutions** qu'elles préconisent?
4. Qui pourrait **s'opposer** à l'idée? Pourquoi?
5. Pourrait-on percevoir un marché public comme une source de concurrence pour les **entreprises établies**?
6. A-t-on besoin d'une **campagne d'éducation** qui sensibiliserait les gens à la bonne alimentation, aux méthodes de manipulation sécuritaire, à la valeur des produits frais, etc.?
7. Un marché public peut-il contribuer à l'**économie locale**?
8. Cette nouvelle entreprise augmenterait-elle la **circulation automobile** les fins de semaine? Quelles en seraient les répercussions?
9. La création du marché augmenterait-elle le nombre de clients dans le centre-ville et conséquemment les **revenus de certaines entreprises locales**?
10. La présence du marché aurait-elle des **répercussions sur l'environnement**? Comment éliminerait-on les déchets produits par cette nouvelle entreprise?
11. Y a-t-il des **règlements municipaux** qui s'opposent à ce projet?

c) Autre information nécessaire Outre les préoccupations et les suggestions des intervenants, il importe d'obtenir, à cette étape, d'autres renseignements pertinents :

- Les **données démographiques** locales (qui sont les habitants de la région?) sont importantes si l'on veut savoir qui achètera un produit, utilisera une installation, etc.
- Les **tendances à l'échelle mondiale, nord-américaine, canadienne et locale** peuvent avoir une incidence sur la question à l'étude. Dans le cas de l'exemple d'ABC, il faut noter que la société est de plus en plus préoccupée par un mode de vie sain. Cette tendance peut avoir une influence sur la façon de faire la publicité de produits frais. Le libre-échange international a-t-il une incidence sur l'offre de produits frais dans la collectivité rurale?

- Des **situations semblables dans d'autres régions**; il importe d'étudier leur façon d'aborder le problème ainsi que leurs succès et leurs échecs? Pourquoi réinventer la roue?

| Haut de la page |

4E Étape: Déterminer les besoins particuliers

Besoin : L'écart entre ce qui est et ce qui devrait être, compte tenu de facteurs tels que le temps, l'argent et les ressources.

À la fin de la troisième étape, on devrait avoir un tableau précis de la situation : ce qui existe actuellement et ce que les gens demandent. Les écarts que l'on constate peuvent déboucher sur une liste des besoins de votre collectivité et de ses membres.

Organisation ABC

Les échanges avec les intervenants ont permis de dresser la liste des besoins suivants :

1. Promouvoir la ville auprès des touristes, des habitants de la région et de l'industrie (chambre de commerce).
2. Construire un centre de loisirs pour les jeunes de la municipalité (conseil municipal).
3. Augmenter l'achalandage dans les commerces locaux les vendredis et samedis (chambre de commerce).
4. Mettre en marché des produits frais, cultivés localement, durant les mois d'été (membres d'ABC).
5. Renseigner les gens du village sur l'industrie agro-alimentaire (organisations agricoles locales).

| Haut de la page |

5E Étape: Choisir l'action à entreprendre

Il est probable que l'analyse de la situation suggère des activités ou des projets réels (parfois exprimés sous forme de besoins par les intervenants).

Certains ont peut-être demandé un programme de sensibilisation destiné à une clientèle précise; d'autres ont demandé de faire des représentations en faveur de mesures législatives ou de réformes, ou encore de planifier un projet d'immobilisations communautaire. Tenez compte de toutes ces suggestions et ajoutez-y les idées de votre groupe. Afin d'obtenir le soutien le plus large possible des intervenants, l'action entreprise devrait rassembler autant d'idées que les ressources et l'engagement de votre organisation le permettent.

Cette façon de procéder peut déboucher, notamment, sur une **action conjointe**, et faciliter la **collecte de fonds**.

Organisation ABC

Exemple

Au terme d'une série de rencontres, de propositions, de discussions et de compromis, un certain nombre d'intervenants ont collaboré à un projet communautaire d'envergure.

Il en est résulté l'aménagement d'un terrain de base-ball comprenant un pavillon à aire ouverte convenant à la tenue de danses pour les adolescents, les soirs d'été, ainsi qu'à l'installation de 40 étals à l'intention des producteurs locaux qui désirent y vendre des produits frais les fins de semaine. La fierté inspirée par cette réalisation continue d'avoir des répercussions dans toute la collectivité. De nouveaux projets sont prévus pour les mois à venir.

| Haut de la page |

Résumé

Votre organisation ou groupe communautaire peut répondre de façon efficace aux questions auxquelles elle doit faire face en suivant une démarche comprenant les étapes suivantes :

1. Définir les questions;
2. Établir la priorité;
3. Analyser la question retenue;
4. Déterminer les besoins les plus importants;
5. Choisir l'action ayant les plus fortes répercussions.

Mettez l'accent avant tout sur les questions qui s'adressent à votre groupe afin qu'il soit mieux en mesure de **définir son but**, de **planifier ses programmes**, d'**établir sa crédibilité** et de **se mettre en évidence** dans votre collectivité.

La fiche technique du MAAARO intitulée *Comment planifier les programmes des organisations*, AGDEX 057, offre des conseils sur la façon d'orchestrer l'action de l'organisation.

Nous remercions le Secrétariat d'État pour sa contribution financière à la réalisation de la présente fiche technique.

Cette fiche a été rédigée à l'origine par **Cheri Vasey**, **Lera Ryan** et **Chuck Bokor**, Direction des organisations et des services ruraux, MAAARO.

| Haut de la page |

| Page d'accueil des Affaires rurales |

| Site principal | Commentaires | Recherche | Plan du site English |
| Page d'accueil | Nouveautés | Calendrier | Produits | Communiqués |

Ontario
Ce site est mis à jour par le gouvernement de l'Ontario, Canada.

Les renseignements de ce site sont fournis à titre de service au public. On ne peut garantir que l'information est à jour ou exacte. Les lecteurs devront vérifier l'information avant de s'en servir.

Vos commentaires et questions techniques à: rural@omafra.gov.on.ca
©Imprimeur de la Reine pour l'Ontario,2001